

Tartu Ülikool

Psühholoogia instituut

Airi Venno

KATSE KUJUNDADA ÕPILASTE VÄÄRTUSEELISTUSI VIDEOKLIPPIDE ABIL

Uurimistöö

Juhendajad: Tiia Tulviste, PhD

Anni Tamm, PhD

Läbiv pealkiri: Väärtuste muutmine

Tartu 2017

### **Kokkuvõte**

Käesoleva uurimistöö eesmärgiks oli uurida 21-väitelise Schwartzi Väärtuste Portreeküsimustikuga Tartumaa 10-11-aastaste eelteismeliste ja 14-16-aastaste teismeliste väärtuseelistuste muutumist peale videoklippide vaatamist ning välja selgitada, kas videoklippide vaatamine vahetult enne küsimustiku täitmist võib mõlema vanusegrupi heasoovlikkuse, universalismi ning saavutusega seotud väärtuste olulisust suurendada. Ühtlasi oli töö eesmärgiks võrrelda omavahel erinevate vanusegruppide väärtuseelistusi ning nende muutumist peale videoklippide vaatamist. Uurimuses osales 115 Tartumaa koolides õppivat last, kellest 74 olid 10-11-aastased ning 41 olid 14-16-aastased. Mõlema vanusegrupi sees moodustasid pooled lapsed kontrollgrupi ning pooled katseisikute grupi. Tulemustest selgus, et heasoovlikkuse, universalismi ning saavutusega seotud väärtuste puhul ei esinenud statistiliselt olulisi erinevusi kahe vanusegrupi vahel ega nende sees. Samas muutusid väärtuste keskmised skoorid mõlemas vanusegrupis peale esimest mõõtmist: heasoovlikkus ja universalism olid peale videote vaatamist väärtuste hierarhias vastavalt esimesel ja teisel kohal.

Märksõnad: väärtused, väärtuste muutmine, Schwartzi Väärtuste Portreeküsimustik

## **AN ATTEMPT TO CHANGE STUDENTS' VALUES USING VIDEOS**

### **Abstract**

The aim of this empirical study was to explore, using a 21-item version of Schwartz's Portrait Values Questionnaire, Tartu County's 10-11-and 14-16-year-olds value changes after watching videos and to find out if watching videos right before filling out the questionnaire can increase the importance of benevolence, universalism and achievement for both age groups. Also, the purpose of this study was to compare values and their change after watching videos between two age groups. The sample consisted of 115 students from different schools in Tartu County, of whom 74 were aged 10-11 and 41 were aged 14-16. Within both age group half of them formed a control group and half of them were subjects. The results of this study revealed that there were no statistically significant differences in benevolence, universalism and achievement between or within both age groups. However, after first measurement the means of the values changed in both age groups: benevolence and universalism were first and second in the value hierarchy after watching videos.

Keywords: values, value change, Schwartz's Portrait Values Questionnaire

## Sissejuhatus

### Väärtused

Väärtuseid saab defineerida kui üsna stabiilseid, üldisi eesmärke, mis juhivad inimeste taju, suhtumist ning käitumist (Bardi & Goodwin, 2011). Need peegeldavad seda, mis on inimestele elus tähtis (Roccas, Sagiv, 2010). Väärtuseid võib käsitleda, sarnaselt vajadustega, kui motivaatoreid (Schwartz, 2004), kuid erinevalt vajadustest on väärtuste puhul olemas valikuvõimalus, kus indiviid saab otsustada, kui tähtis mingi väärtus tema jaoks on (Roccas jt, 2002). Inimesed peavad tähtsaks erinevaid väärtusi ning ühtlasi erinetakse ka oma personaalsete väärtuste hierarhiate poolest, mis tähendab, et väärtus, mis võib tähtis olla ühe inimese jaoks, ei pruugi seda olla teise jaoks (Bardi jt, 2009).

Põhiline väärtuste väljakujunemine toimub teismeeas (Mizera & Tulviste, 2012) ning selleks ajaks, kui inividid on jõudnud täiskasvanuikka, on nende väljakujunenud väärtuseelistusi raske muuta (Inglehart & Baker, 2000). Seetõttu on oluline keskenduda teismeliste väärtuseelistustele, nende muutumisele ja kujundamisele, mida ka käesolevas töös tehakse. Täpsemalt uuritakse, kas ja kuivõrd on võimalik 10-11-aastaste ning 14-16-aastaste teismeliste väärtusi sihipäraselt muuta. Olles teadlik, kuidas ja kuivõrd on võimalik noorte väärtuseelistusi muuta, on nende väärtuste kujunemist lihtsam suunata (Mizera & Tulviste, 2012).

Uuringute tulemused väärtuste muutumise kohta on vastuolulised. On leitud, et väärtused on suhteliselt püsivad isiksuse tunnused, mis muutuvad aja jooksul vaid minimaalselt (Bardi jt., 2009). Seda ideed toetab näiteks uurimus, kus pikaajalise longituuduuringu käigus uuriti kuut väärtuste gruppi. Selgus, et neist neli (teoreetilised, ökonoomilised, esteetilised ning religioossed väärtused) jäid 20 aasta möödudes samaks (Lubinski jt., 1996).

Samas on leitud, et mõningatel juhtudel võivad väärtused muutuda (Hofmann-Towfigh, 2007). Näiteks arvatakse, et ühiskonnas toimuvate suuremate muudatuste tõttu võivad inimesed oma väärtusi kohandada, et oludega paremini sobituda (Schwartz & Bardi, 1997) ning selline muutus toimub tõenäolisemalt noortel, kuna nende väärtuste struktuur pole veel niivõrd stabiilne (Bardi & Schwartz, 1996). Lisaks ühiskonnas toimuvatele suurematele muudatustele võivad väärtused muutuda ka koos elusituatsioonide muutumisega. Näiteks on

saavutusega seotud väärtused tähtsamad just noorte seas, kes alustavad oma karjääriga (Schwartz, 2005).

Väärtuste puhul võivad muutused esineda ühe indiviidi väärtuste eelistusjärjestuses või mingi väärtuse keskmise taseme muutumises inimgrupi siseselt (Bardi & Goodwin, 2011). Näiteks on 9-aastase vahega (aastatel 2000 ja 2009) mõõdetud Eestis õppivate keskkooliõpilaste väärtuseelistusi. Käsitletud viiest Schwartzi väärtuseelistusest (enesemääratlus, konformsus, traditsioon, võim, saavutus) tõusis keskmine tase märgatavalt enesemääratluse, konformsuse ning traditsiooniga seotud väärtuste puhul (Mizera & Tulviste, 2012). Samuti on erinevusi väärtuseelistuste muutumises leitud ka lühema aja vältel. Näiteks hakatakse kolledži aastate jooksul aina vähem väärtustama raha, populaarsust ning välimust, kuna vanuse kasvades väheneb väliste väärtuste tähtsus ning hakatakse rohkem hindama sisemisi väärtusi, milleks on kogukond, intiimsus ja areng (Sheldon, 2005).

#### *Schwartzi teooria*

Käesolev töö toetub Schwartzi teooriale, mis defineerib väärtusi kui erineva tähtsusega igas situatsioonis kehtivaid eesmärke, mis toimivad inimeste elus juhtivate printsiipitena (Schwartz, 1992). Schwartzi teooria identifitseerib kümme erinevat väärtustüüpi, millel on neli kõrgemat kategooriat ning mis kõik eksisteerivad erinevates kultuurides (Tabel 1). Teooria seletab väärtuste omavahelist seost: nende vastandumist (eneseupitamine versus eneseületamine) või ühildumist (avatus muutustele versus alalhoidlikkus) (Schwartz jt., 2001).

**Tabel 1.** *Schwartzi 10 väärtust ja nende kõrgemad kategooriad (Schwartz jt., 2001).*

Kõrgemad kategooriad	Väärtused	Kirjeldus
Eneseupitamine	Võim ( <i>power</i> )	Sotsiaalne staatus ja prestiiž, kontroll ja domineerimine inimeste ja ressursside üle.
	Saavutus ( <i>achievement</i> )	Sotsiaalsetele standarditele vastav isiklik edu.
	Hedonism ( <i>hedonism</i> )	Nauding ja esteetiline rahulolu.
Avatus muutustele	Stimulatsioon ( <i>stimulation</i> )	Põnevus, uudsus ja väljakutsed elus.
	Enesemääratlus ( <i>self-direction</i> )	Iseseisev mõtlemine ja tegutsemine, loomine, uurimine.
Eneseületamine	Universalism ( <i>universalism</i> )	Teiste inimeste ja looduse mõistmine, lugupidamine, sallivus ja nende heaolu kaitsmine
	Heasoovlikkus ( <i>benevolence</i> )	Lähedaste inimeste heaolu säilitamine ja täiustamine.
Alalhoidlikkus	Traditsioon ( <i>tradition</i> )	Traditsioonilise kultuuri poolt pakutavate tavade ja kommete austamine, aktsepteerimine ning neile pühendumine.
	Konformsus ( <i>conformity</i> )	Tegevuste, kalduvuste ja impulsside ohjeldamine, mis võivad ärritada või kahjustada teisi ning rikkuda sotsiaalseid ootusi ja norme.
	Turvalisus ( <i>security</i> )	Ühiskonna, suhete ja iseenda turvalisus, harmoonia ja stabiilsus.

### Laste ja noorukite väärtused

Juba eelkooliealistel lastel on välja kujunenud teatud intuitiivne moraal, mille mõjutajaks on täiskasvanud (Thompson jt., 2006). Eelkooliealistel lastel on välja kujunenud teatud väärtuste kontseptsioon ning võib eeldada, et juba 1.-3. klassi lapsed on suutlikud oma väärtustele subjektiivset hinnangut andma (Döring, 2016), kuna nii eelkooliealised kui ka algkooli õpilased suudavad, enesekohaste protseduuride kaudu, anda kasulikku informatsiooni oma personaalsete omaduste kohta (La Greca, 1990).

Käesolevas töös kasutatud Schwartzi Väärtuste Portreeküsimustik (PVQ), millega tehakse kindlaks inimeste väärtuseelistused, pole aga igas vanuses laste väärtuseelistuste uurimiseks sobilik. Döring (2008) uuris antud uurimisvahendi lühendatud variandiga saksa 7-9-aastaseid lapsi, kuid selgus, et see küsimustik jääb antud vanuses laste jaoks liiga raskeks. Lapsed vajasisid palju lisaselgitusi nii küsitluse instruksioonide kui ka väidete sõnastuse kohta (Döring, 2008). PVQ täitmise vanuseline sobivus on piiratud, kuid üldiselt on see sobilik alates kümnendast eluaastast (Döring, 2016; Bubeck & Bilsky, 2004). Seega on PVQ käesoleva uurimuse jaoks sobiv mõõtevahend.

On leitud, et laste ja teismeliste väärtused jäävad üldiselt sõltumata kontekstist (perekond, kool, elukoht) samasuguseks, kuigi sõltuvalt olukorrast võib nende väärtuste tähtsus varieeruda (Daniel jt., 2011). Samas on noorukite ja laste väärtuste struktuur vähem stabiilne ning võib erineda täiskasvanute väärtuste hierarhiast (Hoffmann-Towfigh, 2007), kuna noorukieas kujunevad alles välja väärtused ning maailmavaade (Bardi jt., 2009). Samuti võivad noorukite ning täiskasvanute väärtused erineda, kuna väärtused võivad muutuda füsioloogiliste ning kognitiivsete muutuste tagajärjel (Shaie & Wills, 1991). Näiteks võib vanuse kasvades hedonismi tähtsus väheneda, kuna pole enam võimalik nii palju füüsilist naudingut saada, ning turvalisuse tähtsus suurened, kuna kohanemine pole enam nii kerge (Schwartz, 2005).

Teismeliste väärtusi on varasemalt uuritud ka mitme vanusegrupi võrdluse teel. Bubeck ja Bilsky (2004) uurisid Schwartzi Portreeküsimustiku 29-väitelise variandiga 10-17-aastaseid saksa lapsi, et teada saada nende väärtuste struktuuri erinevus. Selgus, et 10-12-aastaste laste väärtuste struktuur on peaaegu sama diferentseeritud kui 15-17-aastastel lastel: neil eristusid selgelt kaheksa väärtust kümnest. Samas eristusid 15-17-aastastel lastel selgelt kõik kümme väärtust (Bubeck, Bilsky, 2004). Kuna 10-12-aastaste väärtused pole veel nii stabiilsed, on nende eelistusi ka kergem mõjutada (Bardi jt., 2009).

Ka Eestis on varasemalt laste ja noortega läbi viidud mitmeid väärtuste teemalisi uuringuid. On leitud, et noored hindavad rohkem Schwartzi kõrgemate kategooriatega „eneseupitamine“ ja „avatus muutustele“ seonduvaid väärtusi (Tulviste jt., 2014). Sama kinnitab ka seitsmenda ning kaheksanda klassi teismelistega tehtud uuring, kus selgus, et võrreldes täiskasvanutega peavad teismelised tähtsamaks hedonismi ja stimulatsiooni ning heasoovlikkust peetakse

vähemoluliseks (Tulviste & Tamm, 2014). Hedonism ja stimulatsioon kuuluvad kategooriate „eneseupitamine“ ja „avatus muutustele“ alla (Tabel 1).

### Väärtuste kujundamine

On tehtud mitmeid uuringuid, mille eesmärgiks on välja selgitada, kas indiviidide väärtusi on võimalik kujundada. Ühes sellises uuringus tekitatakse suunavate küsimustega keskkond, kus katseisik kujutab ette situatsiooni, kus ta hakkab varsti surema. Selgus, et inimesed, kes hindasid varasemalt kõrgelt pealiskaudsusega seotud väärtusi, hakkasid peale antud situatsiooni vaimset läbielamist hindama isetut käitumist ning ei pidanud oluliseks rikkust ning kalleid asju (Cozzolino jt., 2004).

Ühtlasi on uuritud, kas filmiklippide abil on võimalik laste ning teismeliste väärtusi muuta. Ühed esimesed, kes viisid sellise uuringu 13-15-aastaste teismelistega läbi, olid Döring ja Hillbrink (2015), kes näitasid noorukitele klippe filmist „*Into the wild*“, ning eeldasid, et nende väärtuste tähtsus, mida peategelane või filmi taust peegeldab (stimulatsioon, enesemääratlus ja universalism) suureneb peale filmiklippide vaatamist ja nende väärtuste tähtsus, mis vastanduvad peategelase väärtustele (konformsus ja turvalisus), väheneb peale klippide vaatamist. Tulemustest selgus, et filmiklippide abil oli võimalik noorukite universaalsusega seotud väärtuste olulisust suurendada ning konformsusega seotud väärtuste olulisust vähendada (Döring & Hillbrink, 2005). Ka käesoleva uurimuse eesmärk on sarnane eelmainitud uurimusega. Välja on valitud sellised videoklipid, millega soovitakse suurendada teismeliste heasoovlikkuse, universalismi ning saavutusega seotud väärtuste olulisust.

Kuigi filmiklippide või videote kasutamine väärtuste muutmiseks ei ole levinud uurimismeetod, on ka varasemalt filme ning teleseriaale käsitletud kui väärtusi kujundavaid vahendeid. Näiteks sisendavad populaarsed eelteismelistele mõeldud teleseriaalid arvamust, et kuulsus individuaalse eesmärgina on tähtis ning saavutatav eesmärk (Uhls & Greenfield, 2011), mistõttu peavad paljud eelteismelised (10-12-aastased) seda ihaldatavaks eesmärgiks (Uhls & Greenfield, 2012). Siinkohal on tähtis, et keskkond, milles vaadatava teleseriaali või filmi süžee aset leiab, oleks sarnane filmi vaataja keskkonnaga ning vaataja samastuks mõnevõrra filmis mängiva näitlejaga (Potter & Chang, 1990).

Samuti lasevad inimesed filmidel mõjutada uskumusi enda identiteedi kohta (Döring & Hillbrink, 2015). Näiteks võib meedias nähtud kehaideaal mõjutada oma keha tajumist (Grabe



jt., 2008). Selle arusaama tekkimine ei olene aga televiisori vaatamise ajast, kuna lühikese ajaga on võimalik inimest samamoodi mõjutada nagu pika ajaga. Tähtis on, et vaataja tunneks ära filmis peegelduva väärtuse ning tajuks selle funktsionaalsust enda jaoks (Dong jt., 1997). Kuna filmide ning teleseriaalide vaatamine võib mõjutada inimeste väärtusi ning vaateid, kasutatakse ka antud töös mõjutusvahendina videoklippe.

### **Uurimistöö eesmärk**

Käesoleva uurimistöö eesmärgiks on uurida 21-väitelise Schwartzi Väärtuste Portreeküsimustikuga (Portrait Values Questionnaire – PVQ; Schwartz jt., 2001) 10-11-aastaste eelteismeliste ja 14-16-aastaste teismeliste väärtuseelistusi enne ning pärast kahe videoklipi näitamist ning välja selgitada, kas videoklippide vaatamine vahetult enne küsimustiku täitmist võib mõlema vanusegrupi väärtuseelistusi muuta. Ühtlasi on töö eesmärgiks võrrelda omavahel erinevate vanusegruppide väärtuseelistuste muutumist peale videoklippide vaatamist.

Sarnaselt Döringu ning Hillbrinki (2015) uurimusele filmiklippidega, on ka käesolevasse töösse valitud videod, mis peegeldaksid kindlaid väärtusi. Valitud videod peegeldavad eneseületamise (heasoovlikkus ja universalism) ning saavutusega seotud väärtusi. Uurimuse eesmärgiks on välja selgitada, kas peale videote vaatamist nende väärtuste olulisus suureneb. Samuti on varasemalt leitud, et eesti noorukid ei väärtusta eriti kõrgelt eneseületamisega seotud väärtusi (Tulviste jt., 2014; Tulviste & Tamm, 2014), mistõttu on oluline teada saada, kas antud stiimulmaterjaliga nende väärtuste olulisust tõsta suudetakse.

Antud uurimistöö autori panus seisneb sobivate videote leidmises, Tartumaa koolidega kontakteerumises ning küsitluste läbiviimises nii katseisikute kui kontrollgrupiga, andmete kogumises, töötlemises ning analüüsimises, kirjanduse läbitöötamises ja ülevaate tegemises.

### **Uurimistöö hüpoteesid:**

1. 10-11-aastaste laste väärtused on kergemini muudetavad võrreldes 14-16-aastaste laste väärtustega.
2. 10-11-aastased lapsed ning 14-16-aastased teismelised hindavad peale videoklippide vaatamist heasoovlikkuse, universalismi ning saavutusega seotud väärtusi olulisemaks kui enne videote vaatamist.

## Meetod

### Valim

Käesoleva uurimistöö läbiviimiseks kontakteeruti meili teel erinevate Tartumaa koolidega, kellest kuus andsid nõusoleku uurimuses osalemiseks. Kuue uurimuses osalenud kooli hulka kuulusid Kõrveküla Põhikool, Laeva Põhikool, Kambja Põhikool, Lääte Gümnaasium, Juhan Liivi nimeline Alatskivi keskkool ning Elva Gümnaasium.

Uuringus osales 115 Tartumaa koolides õppivat last, kes jaotati kahte gruppi: 10-11-aastased ( $M=10,43$ ,  $SD=,50$ ), kes käisid kas kolmandas, neljandas või viiendas klassis, ning 14-16-aastased ( $M=14,95$ ,  $SD=,63$ ), kes käisid kaheksandas või üheksandas klassis. 10-11-aastaseid õpilasi osales uuringus 74 (41,9% poisse ja 58,1 % tüdrukuid), kus 38 moodustasid kontrollgrupi ja 36 katseisikute grupi, ning 14-16-aastasteid 41 (39% poisse ning 61% tüdrukuid), kus 19 moodustasid kontrollgrupi ning 22 katseisikute grupi.

Valimist jäeti välja 18 last, keda polnud kohal teise mõõtmise ajal, ning 5 last, kuna nende esimeselt või teiselt küsimustikult oli puudu suur osa andmeid, nad vastasid ühele väitele mitme erineva vastusega või nad olid samamoodi vastanud enam kui 15 väitele.

### Mõõteaparatuur

#### *Protseduur*

Selleks, et teada saada, kas ja kuivõrd on teismeliste väärtusi võimalik videote näitamisel sihipäraselt muuta, viidi uurimus läbi kahel korral. Kahe mõõtmise vahele jäeti nädal aega, et katseisikud ei mäletaks, mismoodi nad küsimustikule esimese mõõtmise ajal vastasid.

Enne uurimuse läbiviimist kontakteeruti koolidega ning neil paluti edastada lapsevanematele informeeritud nõusolekulehed, millega said lapsevanemad kas keelata või lubada oma lapsel käesolevas uurimuses osaleda. Lapsevanemate nõusolekud koguti kokku kooli poolt esimese mõõtmise ajaks. Samuti võeti vahetult enne uuringu algust informeeritud nõusolek õpetajalt või õppealajuhatajalt, kes valitud koolis uuringu läbiviimist koordineeris, ning lastelt, kes uuringus osaleda soovisid.

Uurimus viidi läbi ühe vanusegrupiga korraga. Kõigi laste ülesandeks oli täita Schwartzi Väärtuste Portreeküsimustik. Enne, kui lapsed asusid informeeritud nõusolekulehti lugema

või küsimustikku täitma, seletati lastele nõusolekulehtede sisu, rõhutades, et kõik nende vastused jäävad anonüümseks ning nad võivad igal hetkel uuringus osalemisest loobuda. Samuti seletati küsimustiku ülesehitust ning väidetele vastamist.

Nädal aega hiljem, jaotati nii 10-11-aastased kui ka 14-16-aastased teismelised juhuslikkuse alusel kahte gruppi, kus pooled õpilastest viidi ühte ruumi ja ülejäänud teise. Nii tekkis mõlema vanusegrupi hulgas katseisikute grupp ja kontrollgrupp. Esmalt viidi katse läbi katseisikutega. Neile jagati laudade peale Schwartzi Väärtuste Portreeküsimustik, mis pandi laua peale tagurpidi ning paluti sellele hetkel mitte keskenduda. Järgnevalt näidati katseisikutele kahte videot: esmalt abistamisega seotud videot ning seejärel eneseületamisega seotud videot. Videosid näidati järjest ning pausiteta. Uuritavate ülesandeks oli videote vaatamisele keskenduda. Kui videod said vaadatud, kirjeldati katseisikutele lühidalt laua peal oleva küsimustiku ülesehitust ja anti juhised selle täitmiseks. Seejärel paluti katseisikutel küsimustikku täitma asuda. Kui katseisikud olid küsimustiku täitmise lõpetanud, koguti küsimustikud kokku ning pärast seda suundus uurimuse läbiviija teise ruumi, kus oli kontrollgrupp.

Kontrollgrupile jagati kätte vaid küsimustiku lehed, seletati lühidalt küsimustiku ülesehitust ja instruksiooni ning paluti neid täitma hakata. Teise mõõtmise ajal kasutati samasugust 21-väitelist Väärtuste Portreeküsimustikku, mida esimese mõõtmise ajalgi. Muudetud oli vaid väidete järjekorda, et katseisikud ei mäletaks, kuidas nad esimesel korral vastasid.

### *Schwartzi Väärtuste Portreeküsimustik*

Antud uurimistöös kasutati Schwartzi Väärtuste Portreeküsimustiku (*Portrait Values Questionnaire* - PVQ; Schwartz jt., 2001) lühiversiooni, mis koosneb 21 väitest, kus iga väide kirjeldab kahe lausega isikut ning seda, mis tema jaoks tähtis on. Üheks antud küsimustiku näiteks saab tuua järgneva: „Talle on oluline tulla välja uudsete ideedega ja olla loov. Talle meeldib teha asju omal, ainulaadsel viisil.“. Vastajal palutakse määratleda 6-pallisel skaalal, kui sarnaseks kirjeldust iseendaga peetakse, kus 1 tähendab „väga minu moodi“ ning 6 „pole üldse minu moodi“. PVQ 21-väitelises versioonis vastab iga kahe väite kohta üks Schwartzi väärtus, kuid erandiks on Universalism, mis vastab kolmele väitele (Verkasalo jt., 2009).

*Videod*

Käesolevas töös kasutatud videod on leitud *Youtube*-i keskkonnast ja neid on kohandatud videote algust ja lõppu kärpides, kust lõigati ära ebaoluline tekst ja tsitaadid, ning ingliskeelsele tekstile eestikeelseid subtiitreid lisades. Videosid otsides oli eesmärgiks leida võimalikult lihtsa sisuga klippe, mis oleksid arusaadavad lastele, ei oleks väga pikad ning mille põhimõtted peegeldaksid selgelt heasoovlikkuse, universalismi ning saavutusega seotud väärtusi, mis kuuluvad Schwartzi kümne väärtuse hulka. Esmases valikus olid kuus *Youtube*-i keskkonnast leitud videot, mida vaadati väikese grupi ekspertidega (psühholoogia õppejõud ja magistrandid) ning millest valiti välja kaks, mis tundusid käesolevasse uurimusse enim sobivat. Videote puhul oli oluline, et kõik vaatajad mõistaksid videoklippe ühtemoodi ning tunneksid ära neis peegelduvad väärtused. Seejärel testiti videoklippe nelja 10-11-aastase lapse peal, et uurida, kas nad saavad videotest ühtemoodi aru. Kuna üks video oli keerulise sisuga ning lapsed ei saanud selle põhimõttest aru, langes see uurimusest välja. Järgnevalt leiti veel kolm videot, mille seast valiti taaskord ekspertide abil välja üks video ning selle sisust arusaamist testiti 10-11-aastaste laste peal.

Esimese video edastatavaks sõnumiks on abistamine, kus nelja minuti jooksul näidatakse abivalmis inimesi: abi saajad abistavad ise järgmisi inimesi, kes omakorda aitavad järgmisi. Video peegeldab heasoovlikkuse ja universalismiga seotud väärtusi.

Teine video on tippsportlase Heather Dornideni 600 meetri jooksust, kus ta kukub viimase ringi alguses ning jääb esialgu teistest oluliselt maha, kuid suudab lõpuks jooksu siiski võita. Video pikkuseks on 3 minutit ning see peegeldab eneseületamise ning saavutusega seotud väärtusi.

## Tulemused

Andmed sisestati Exceli programmi. Seejärel analüüsiti andmeid statistikaprogrammi IBM SPSS'iga.

Selleks, et hinnata väärtuste muutusi, võrreldi paarisvõrdluste t-testiga 10-11-aastaste ja 14-16-aastaste teismeliste esimesel ja teisel mõõtmisel saadud väärtuste keskmisi skooore (Tabel 2 ja Tabel 3). Kuigi mõlemas vanusegrupis tõusis katseisikute puhul heasoovlikkuse skoor ning kontrollgrupis see langes, ei esinenud ühegi antud uurimuses uuritava väärtuse – heasoovlikkus, universalism, saavutus – puhul statistiliselt olulisi erinevusi esimese ja teise mõõtmise vahel ( $p > ,05$ ). Statistiliselt olulised erinevused esinesid aga esimese ning teise mõõtmise konformsusega seotud väärtuste keskmiste vahel 10-11-aastaste katseisikute ja kontrollgrupi hulgas ning 14-16-aastaste katseisikute hulgas ( $p < ,05$ ).

Samas selgus tulemustest, et 10-11-aastaste katseisikute puhul muutus väärtuste hierarhia esimesel ja teisel mõõtmisel ennustatud suunas samal ajal, kui kontrollgrupis märkimisväärsed muutusi ei toimunud. 14-16-aastaste teismeliste väärtuste hierarhia muutus nii katseisikute kui kontrollgrupi puhul, kuid katseisikute grupis muutus see ennustatud suunas. 10-11-aastaste katseisikute puhul on heasoovlikkuse ning universalismiga seotud väärtuste olulisus enne videote vaatamist väärtuste hierarhias vastavalt teisel ning neljandal kohal ning 14-16-aastaste katseisikute puhul vastavalt esimesel ja kolmandal kohal. Peale videote vaatamist on aga antud väärtused mõlema vanusegrupi puhul vastavalt esimesel ning teisel kohal. Ühtlasi tõusis väärtuste hierarhias ka enesemääratluse koht mõlemas vanusegrupis nii katseisikute kui ka kontrollgrupi puhul.

**Tabel 2.** 10-11-aastaste eelteismeliste väärtuste keskmised skoorid esimese ja teise mõõtmise ajal.

Väärtus	Esimene mõõtmine				Teine mõõtmine			
	Katseisikud		Kontrollgrupp		Katseisikud		Kontrollgrupp	
	Koht	<i>M</i>	Koht	<i>M</i>	Koht	<i>M</i>	Koht	<i>M</i>
Stimulatsioon	1.	4,86 (,93)	1.	4,93 (1,05)	3.	4,63 (1,09)	1.	4,79 (1,04)
Heasoovlikkus	2	4,81 (,86)	2.	4,68 (,93)	1	4,93 (,80)	4	4,49 (,97)
Hedonsim	3.	4,54 (1,05)	3.	4,67 (1,05)	6.	4,36 (1,36)	2.	4,63 (1,08)
Universalism	4.	4,47 (,86)	4.	4,47 (,94)	2.	4,69 (,95)	3.	4,63 (,82)
Turvalisus	5.	4,46 (1,10)	5.	4,30 (,99)	5.	4,43 (1,15)	6.	4,18 (1,09)
Enesemääratlus	6.	4,21 (1,05)	6.	3,86 (1,17)	4.	4,50 (1,18)	5.	4,14 (1,08)
Traditsioon	7.	3,83 (1,01)	7.	3,36 (1,26)	8.	3,77 (1,11)	7.	3,62 (1,02)
Konformsus	8.	3,63* (1,27)	9.	3,16* (1,17)	7.	3,93* (1,21)	8.	3,61* (1,03)
Saavutus	9.	3,54 (1,47)	8.	3,33 (1,27)	9.	3,54 (1,37)	9.	3,30 (1,25)
Võim	10	2,46 (1,03)	10	2,29* (1,13)	10	2,58 (1,41)	10	2,57* (1,36)

*Märkus:* *M* - väärtuste keskmised skoorid; Koht - väärtuse paiknevus keskmise skoori alusel; \*-statistiliselt oluline erinevus esimese ja teise mõõtmise vahel ( $p < ,05$ ); standardhälve on lisatud sulgudesse.

**Tabel 3.** 14-16-aastaste teismeliste väärtuste keskmised skoorid esimese ja teise mõõtmise ajal.

Väärtus	Esimene mõõtmine				Teine mõõtmine			
	Katseisikud		Kontrollgrupp		Katseisikud		Kontrollgrupp	
	Koht	M	Koht	M	Koht	M	Koht	M
Heasoovlikkus	1.	5,14 (,68)	1.	4,61 (,89)	1.	5,27 (,69)	4.	4,42 (,92)
Hedonism	2.	4,91* (,73)	4	4,53 (1,05)	4.	4,55* (,80)	3.	4,50 (,78)
Universalism	3.	4,91 (,78)	5.	4,46 (,88)	2.	5,06 (,69)	5.	4,40 (,93)
Enesemääratlus	4.	4,63 (,90)	3	4,55 (,72)	3.	4,59 (,87)	2.	4,61 (,92)
Stimulatsioon	5.	4,41 (1,05)	2.	4,58 (,99)	6.	4,36 (,89)	1.	4,63 (1,05)
Turvalisus	6.	4,34 (,85)	6.	4,13 (,81)	5.	4,39 (,90)	7.	3,71* (1,11)
Saavutus	7.	3,70 (,96)	7.	3,92 (1,12)	9.	3,39 (,98)	6.	3,95 (,99)
Traditsioon	8.	3,66 (,93)	8.	3,68 (1,17)	8.	3,68 (,82)	8.-9.	3,47 (,87)
Konformsus	9.	3,50* (1,20)	9.	3,61 (,97)	7.	3,93* (1,08)	8.-9.	3,47 (1,07)
Võim	10.	2,73 (1,13)	10.	2,84 (,90)	10.	2,98 (1,03)	10.	3 (,93)

*Märkus:* M - väärtuste keskmised skoorid; Koht - väärtuse paiknevus keskmise skoori alusel; \*-statistiliselt oluline erinevus esimese ja teise mõõtmise vahel ( $p < ,05$ ); standardhälve on lisatud sulgudesse.

Järgmiseks uurisin, kas väärtuseelistuste keskmised muutused katseisikute hulgas olid oluliselt kõrgemad või madalamad kui kontrollgrupis. Väärtuste keskmiste muutused arvutati välja lahutades teisel mõõtmisel saadud väärtuste keskmistest esimesel mõõtmisel saadud väärtuste keskmised (Tabel 4 ja Tabel 5). Seejärel analüüsiiti sõltumatute valimite t-testiga, kas katseisikute hulgas toimunud muutused erinevad kontrollgrupis toimunud muutustest. Selgus, et mõlema vanusegrupi siseselt ei esinenud statistiliselt olulisi erinevusi katseisikute ja kontrollgrupi vahel ( $p > ,05$ ).

**Tabel 4.** Väärtuste keskmiste muutused 10-11-aastaste eelteismeliste hulgas.

Väärtus	Väärtuse muutus		
	Katseisikud	Kontrollgrupp	Cohen'i <i>d</i>
Enesemääratlus	0,29	0,29	-0,002
Võim	0,13	0,28	0,19
Universalism	0,23	0,16	0,49
Saavutus	0	-0,03	-0,03
Turvalisus	-0,03	-0,12	-0,08
Stimulatsioon	-0,24	-0,14	0,10
Konformsus	0,31	0,45	0,15
Traditsioon	-0,06	0,26	-0,32
Hedonism	-0,18	-0,04	0,42
Heasoovlikkus	0,13	-0,20	0,58

*Märkus:* positiivne skoor näitab väärtuse tähtsamaks muutumist; negatiivne skoor näitab väärtuse tähtsuse vähenemist; statistiliselt olulised erinevused kahe grupi väärtuste muutuste vahel puuduvad.

**Tabel 5.** Väärtuste keskmiste muutused 14-16-aastaste teismeliste hulgas.

Väärtus	Väärtuse muutus		
	Katseisikud	Kontrollgrupp	Cohen'i <i>d</i>
Enesemääratlus	-0,05	0,05	0,16
Võim	0,25	0,16	-0,17
Universalism	0,15	-0,05	-0,36
Saavutus	-0,32	0,03	-0,37
Turvalisus	0,05	-0,42	-0,63
Stimulatsioon	-0,05	0,05	-0,12
Konformsus	0,43	-0,13	-0,58
Traditsioon	0,02	-0,21	0,31
Hedonism	-0,36	-0,03	0,53
Heasoovlikkus	0,14	-0,18	-0,58

*Märkus:* positiivne skoor näitab väärtuse tähtsamaks muutumist; negatiivne skoor näitab väärtuse tähtsuse vähenemist; statistiliselt olulised erinevused kahe grupi väärtuste muutuste vahel puuduvad.



Kui võrdlesin 10-11-aastaste katseisikute väärtuste keskmisi skooore 14-16-aastaste katseisikute väärtuste keskmiste skooridega enne ning pärast videote vaatamist, siis selgus, et vanusegruppide vahel ei esinenude statistiliselt olulisi erinevusi väärtuseelistustes ( $p>,05$ ). Kui võrdlesin väärtuste keskmisi skooore kontrollgrupis, siis hindasid 14-16-aastased teismelised enesemääratlusega seotud väärtusi olulisemaks kui 10-11-aastased eelteismelised ( $p<,05$ ). Katseisikute hulgas ei esinenud 10-11-aastaste ja 14-16-aastaste väärtuste keskmiste muutuste vahel statistiliselt olulisi erinevusi. Kontrollgrupis esinesid eelteismeliste ja teismeliste vahel statistiliselt olulised erinevused konformsusega seotud väärtuste puhul ( $p<,05$ ), kus noorema vanusegrupi hulgas väärtuse olulisus suurenes ning vanema vanusegrupi hulgas vähenes.

### Arutelu

Käesoleva uurimistöö eesmärgiks oli uurida 21-väitelise Schwartzi Väärtuste Portreeküsimustikuga 10-11-aastaste ja 14-16-aastaste teismeliste väärtuseelistuste muutumist peale kahe videoklipi vaatamist ning välja selgitada, kas videoklippide vaatamine vahetult enne küsimustiku täitmist võib mõlema vanusegrupi puhul heasoovlikkuse, universalismi ning saavutusega seotud väärtuste olulisust suurendada. Samuti oli eesmärgiks võrrelda omavahel erinevate vanusegruppide väärtuseelistuste muutumist peale videoklippide vaatamist.

### Väärtuste muutmine

Kuigi mõlemas vanusegrupis ei esinenud heasoovlikkuse, universalismi ning saavutusega seotud väärtuste puhul statistiliselt olulisi erinevusi esimesel ja teisel mõõtmisel saadud väärtuste keskmiste skooride vahel ning samuti ei esinenud mainitud väärtuste muutuste puhul statistiliselt olulisi erinevusi kahe vanusegrupi vahel, on siiski mõlema vanusegrupi väärtuste hierarhias toimunud peale videote vaatamist muutusi. 10-11-aastaste eelteismeliste seas on katseisikute hulgas heasoovlikkus ning universalism tõusnud vastavalt esimeseks ning teiseks ja 14-16-aastaste teismeliste seas on heasoovlikkus säilitanud katseisikute hulgas väärtuste hierarhias esimese koha ja universalism tõusnud teisele kohale. Kontrollgrupis on aga nende väärtuste olulisus peale teist mõõtmist langenud vastavalt neljandale ning viiendale kohale. Kuigi antud töös püstitatud hüpoteesid kinnitust ei leidnud, on siiski tulemustest näha teatud mõju väärtuseelistustele, vähemalt lühiajaliselt. Selleks, et väärtuseelistustes esineks pikaajaliselt kestav muutus, on vajalik korduv kokkupuude teatud väärtusi peegeldavate stiimulitega (Bardi & Goodwin, 2011). Kindlasti on see teema, mis vajaks tulevikus lähemat uurimist.

Põhjuseid, miks antud töös püstitatud hüpoteesid kinnitust ei leidnud, võib olla mitmeid. Esiteks ei pruugi videod olla antud väärtuseelistuste mõõtmiseks piisavalt mõjusad. Võrreldes käesolevat uurimust varasemalt mainitud Döringu ning Hillbrinki (2015) uuringuga, kus õnnestus laste väärtuseelistusi filmiklippide abil mõjutada, võis antud uurimuses kasutatud videote pikkus mõjutuse asetleidmise jaoks jääda liiga lühikeseks. Samuti võis videote esitusviis olla ebasobiv, kuna erinevaid väärtusi peegeldavaid videoklippe näidati järjest, mistõttu võis juhtuda, et lastel ei jäänud aega mõlema video lahti mõtestamiseks. Selleks, et videod oleksid mõjutusvahendina toimivamad, võiks ühe variandina näidata ühte videot ühele grupile ning teist videot teisele või jätta kahe video näitamise vahele suurem paus, et lastel

oleks rohkem aega nähtut analüüsida. Samuti oleks võinud mõjutuse esinemiseks kinnistada lastes videote sisu, kas siis näiteks arutluse või ülesande sooritamise kaudu. Ka selle idee toimivus vajaks edasist uurimist.

Samas selgus tulemustest, et 10-11-aastaste eelteismeliste seas esinesid nii katseisikute hulgas kui ka kontrollgrupis esimesel ja teisel mõõtmisel saadud konformsusega seotud väärtuste keskmiste vahel statistiliselt olulised erinevused. Sama esines ka katseisikute grupis, mille moodustasid 14-16-aastased teismelised. Katseisikute puhul võib muutuseid konformsuses põhjendada esimese video vaatamisest tingitud mõjutustega. Esimeses videos märkavad nelja minuti jooksul inimesed järjest kellegi abivalmidust, peale mida abistavad ise mõnda teist inimest. Video võib peegeldada ühtlasi ka konformsust, kuna kõik videos olevad inimesed käituvad samamoodi. Siinkohal võib järeldada, et videosid tõlgendati erinevalt ning kõik uuritavad ei näinud neid väärtusi, mida eeldasime. Ka eelnevalt mainitud asjaolu võib olla põhjuseks, miks käesolevas töös püstitatud hüpoteesid kinnitust ei leidnud.

Ühtlasi võib tulemustest järeldada, et heasoovlikkuse video oli saavutuse videost mõjusam, kuna kummaski vanusegrupis ei tõusnud saavutusega seotud väärtuste keskmised skoorid ega ka saavutuse asukoht hierarhias peale videote vaatamist. Selleks, et videoklipid suudaksid mõjutada teismeliste väärtusi, on vajalik, et vaataja tunneks ära filmis peegelduva väärtuse ning tajuks selle funktsionaalsust enda jaoks (Dong jt., 1997). Varasemalt on aga leitud, et noorukid tunnevad telerit vaadates just heasoovlikkusega seotud väärtused lihtsamini ära kui saavutusega seotud väärtused (Medrano jt., 2011). Samuti on oluline, et keskkond, milles vaadatava videoklipi süžee aset leiab, oleks sarnane vaataja keskkonnaga, et vaataja saaks filmis mängiva näitleja või näitlejatega samastuda (Potter & Chang). Antud uurimistöös oli heasoovlikkuse videost peegelduva igapäevase eluga lihtsam samastuda kui saavutuse video spordivõistluse õhkkonnaga, mistõttu võis heasoovlikkuse video saavutuse videost mõjusam olla.

### **Vanuselised erinevused**

Varasemalt on leitud, et vanuse kasvades suureneb väärtuste stabiilsus (Bardi jt., 2009; Döring jt., 2016), seega peaks eelteismeliste väärtuseelistusi olema kergem mõjutada kui teismeliste omasid, kuid käesolevas uuringus selgeid erinevusi väärtuseelistuste muutustes kahe vanusegrupi vahel ei leitud. Mõlemas vanusegrupis toimusid muutused väärtuste keskmistes skoorides nii katseisikute hulgas kui ka kontrollgrupis. Üheks põhjuseks, miks

vanusegruppide vahel selgeid erinevusi väärtuseelistuste muutustes ei leitud, võib olla, et käesoleva uurimuse valim on väike ning valimis pole mõlemas vanusegrupis võrdsel arvul lapsi. Selleks, et oleks võimalik teha parem üldistus erinevates koolides õppivate laste väärtuseelistuste kohta, peaks valim olema tunduvalt suurem ning 14-16-aastaseid teismelisi peaks uuringus osalema enam-vähem sama palju kui 10-11-aastaseid eelteismelisi. Suurem valimi suurus ning sama suured vanusegrupid võivad välja tuua vanustevahelised selgemad erinevused väärtuste muutustes.

Samuti võib vanuselisi erinevusi esineda ka videote sõnumite mõistmisel. Võis juhtuda, et antud uurimuses osalenud 10-11-aastased eelteismelised ei saanud videotest nii hästi aru kui 14-16-aastased teismelised ning seetõttu ei esinenud nooremas vanusegrupis ühegi väärtuse keskmise skoori muutuse puhul statistiliselt olulisi erinevusi. Kuigi paljudest filmidest hakatakse aru saama juba kümne aastaselt, leidub filmides siiski mitmeid läbivaid teemasid, millest nooremad lapsed ei pruugi aru saada (Collins, 1970).

### **Piirangud ja kokkuvõte**

Käesoleva töö puhul esineb ka mitmeid piiranguid. Sotsiaalselt soovitatav vastamine võib mõjutada küsimustike täitmist. Sotsiaalselt soovitatav vastamine on kalduvus ülehinnata positiivseid omadusi ja käitumist ning alahinnata negatiivseid omadusi ja käitumist (Bornstein jt., 2015). Antud uurimuses võib käsitleda neid positiivseid ning negatiivseid omadusi kui väärtusi, mida hinnatakse kogu klassi, lastevanemate ja sõprade poolt kõige rohkem ning kõige vähem. Kuigi küsimustikud olid anonüümsed, varieerus korraga klassis olevate õpilaste arv, kes küsimustikku täitsid, mistõttu istusid osad õpilased vahepeal kahekaupa laua taga. Pinginaabri olemasolu tõttu võisid lapsed oma vastuseid kohandada, et need vastaksid sotsiaalsetele standarditele.

Samuti on oluline märkida, et uurimuses osalemine oli vabatahtlik ning kõikidelt lapsevanematelt, kes andsid loa oma lapsel uuringus osaleda, koguti kirjalikud nõusolekud. See võib tähendada, et käesolevas uurimuses nõustusid osalema vaid teatud väärtuseelistustega vanemate lapsed. Ühtlasi on varasemalt leitud, et vanemate ning laste väärtuseelistustes leidub sarnasusi (Roest jt., 2009) ja perekond ning kool on tähtsal kohal laste ja noorukite väärtuste kujundamises (Grusec, 2011; Knafo & Schwartz, 2012). See võib tähendada, et sarnaselt lastevanematele võivad ka antud uurimuses osalevatel lastel olla

sarnased väärtuseelistused ning sellega peab arvestama, kui käesoleva töö tulemusi tõlgendatakse.

Kokkuvõtteks võib öelda, et käesoleva uurimistöö tulemustest ei selgunud, et videote vaatamine vahetult enne küsimustiku täitmist võiks mõjutada heasoovlikkuse, universalismi ning saavutusega seotud väärtuste olulisust. Samas on näha muutuseid mõlema vanusegrupi väärtuste hierarhias, kus heasoovlikkuse ning universalismiga seotud väärtuste skoorid siiski pisut suurenesid, mis tähendab, et videoklippidel oli teatud mõju noorte väärtuseelistustele. Konkreetsete tulemuste saamiseks on kindlasti vaja teha edasisi uuringuid ning kohandada laste väärtuste muutmiseks mõjutusvahenditena kasutatud videosid ja meetodit.

### Kasutatud kirjandus

- Bardi, A., & Goodwin, R. (2011). The Dual Route to Value Change: Individual Processes and Cultural Moderators. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 42(2), 271-287.
- Bardi, A., & Goodwin, R. (2011). The dual route to value change: individual processes and cultural moderators. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 42, 271-287.
- Bardi, A., Lee, J. A., Hofmann-Towfigh, N., & Soutar, G. (2009). The structure of intraindividual value change. *Journal of Personality and Social Psychology*, 97(5), 913–929.
- Bardi, A., & Schwartz, S. H. (1996). Relations among sociopolitical values in Eastern Europe: Effects of the communist experience? *Political Psychology*, 17, 525-550.
- Bornstein, M. H., Putnick, D. L., Lansford, J. E., Pastorelli, C., Skinner, A. T., Sorbring, E., Tapanya, S., Tirado, L. M. U, Zelli, A., Alampay, L. P., Al-Hassam, S. M., Bacchini, D., Bombi, A. S., Chang, L., Deater-Deckard, K., Di Giunta, L., Dodge, K. A., Malone, P. S, Oburu, P. (2015). Mother and father socially desirable responding in nine countries: Two kinds of agreement and relations to parenting self-reports. *International Journal of Psychology*, 50(3), 174-185.
- Bubeck, M., & Bilsky, W. (2004). Value structure at an early age. *Swiss Journal of Psychology*, 63(1), 31-41.
- Collins, W. A. (1970). Learning of media content: A developmental study, *Child Development*, 41, 1133-42.
- Cozzolino, P. J., Dawn Staples, A., Meyers, L. S., Samboceti, J. (2004). Greed, Death and Values: From Terror Management to Transcendence Management Theory. *The Society for Personality and Social Psychology*, 30(3), 278-292.
- Daniel, E., Knafo, A., Schieffer, D. (2012). One and not the same: The consistency of values across contexts among majority and minority members in Israel and Germany. *Journal of Cross Cultural Psychology*, 43, 1167–1184.
- Dong, Q., Nelson, L., Tan, A., Tan, G. (1997). Value acceptance in adolescent socialization: A test of a cognitive-functional theory of television effects. *Communication Monographs*, 64(1), 82-97.

- Döring, A. K. (2008). *Assessment of children's values: The development of a picture-based instrument*, Dissertation thesis. University of Münster, Germany.
- Döring, A. K., & Hillbrink, A. (2015). Brief report: Into the wild? How a film can change adolescents' values. *Journal of Adolescence*, 40, 78-82.
- Döring, A. K. (2016). Assessing Children's Values: An Exploratory Study. *Journal of Psychoeducational Assessment*, 28(6), 564-577.
- Döring, A. K., Daniel, E., Knafo-Noam, A. (2016). Introduction to the Special Section Value Development from Middle Childhood to Early Adulthood – New Insights from Longitudinal and Genetically Informed Research. *Social Development*, 25(3), 471-481.
- Grabe, S., Hyde, J., Ward, L. (2008). The role of the media in body image concerns among women: a meta-analysis of experimental and correlational studies, *Psychological Bulletin*, 134, 460–476.
- Grusec, J. E. (2011). Socialization processes in the family: Social and emotional development. *Annual Review of Psychology*, 62, 243–269.
- Hofmann-Towfigh, N. (2007). Do students' values change in different types of schools? *Journal of Moral Education*, 36, 453-473.
- Inglehart, R., Baker, W. E. (2000). Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values. *American Sociological Review*, 65, 19–51.
- Knafo, A., & Schwartz, S. H. (2012). Relational identification with parents, parenting, and parent-child value similarity among adolescents. *Family Science*, 3, 13–21.
- La Greca, A. (toim.). (1990). *Through the eyes of the child: Obtaining self-reports from children and adolescents*, (lk 446). Needham Heights, MA: Allyn & Bacon.
- Lubinski, D., Schmidt, D. B., & Benbow, C. P. (1996). A 20-year stability analysis of the study of values for intellectually gifted individuals from adolescence to adulthood. *Journal of Applied Psychology*, 81, 443-451.

- Medrano, C., Aierbe, A., Martinez-de-Morentin Donostia, J. I. (2011). Values Perceived in Television by Adolescents in Different Cross-cultural Contexts. *Scientific Journal of Media Literacy*, 37(19), 117-124.
- Mizera, L., & Tulviste, T. (2012). A comparison of Estonian senior high school students' value priorities in 2000 and 2009. *Trames*, 16(66/61), 145-156.
- Roccas, S., & Sagiv, L. (2010). Personal values and behavior: Taking the cultural context into account. *Social and Personality Psychology Compass*, 4, 30-41.
- Roccas, S., Sagiv, L., Schwartz, S. H., & Knafo, A. (2002). The Big Five personality factors and personal values. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 789-801.
- Roest, A. M. C., Dubas, J. S., & Gerris, J. R. M. (2009). Value transmissions between fathers, mothers, and adolescent and emerging adult children: The role of the family climate. *Journal of Family Psychology*, 23, 146–155.
- Schaie, K. W., & Willis, S. L. (1991). *Adult development and aging (3rd ed.)*. New York: Harper Collins.
- Sheldon, K. M. (2005). Positive value change during college: Normative trends and individual differences. *Journal of Research in Personality*, 39, 209-223.
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. M. P. Zanna (toim.), *Advances in experimental social psychology*, Vol. 25, (lk 1-65). San Diego: Academic Press.
- Schwartz, S. H. (2004). Mapping and interpreting cultural differences around the world. H. Vinken, J. Soeters, P. Ester., (toim.), *Comparing cultures, dimensions of culture in a comparative perspective*, (lk 43– 73). Leiden, The Netherlands: Brill.
- Schwartz, S. H. (2005). Robustness and fruitfulness of a theory of universals in individual human values. A. Tamayo & J. B. Porto (toim.), *Valores e comportamento nas organizações [Values and behavior in organizations]*, (lk 56–95). Petrópolis, Brazil: Vozes.
- Schwartz, S. H., & Bardi, A. (1997). Influences of adaption to communist rule on value priorities in Eastern Europe. *Political Psychology*, 18, 385-410.



- Schwartz, S. H., Melech, G., Lehmann, A., Burgess, S., Harris, M. & Owens, V. (2001). Extending the cross-cultural validity of the theory of basic human values with a different method of measurement. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 32(5), 519-542.
- Thompson, R. A., Meyer, S. & McGinley, M. (2006). Understanding values in relationships: The development of conscience. In M. Killen & J. G. Smetana (toim.), *Handbook of moral development*, (lk 267-297). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Tulviste, T., & Gutman, P. (2003). A comparison of value preferences and attitudes toward collectivism of institution-reared and home-reared teenagers. *European Journal of Psychology of Education*, 18, 33-42.
- Tulviste, T., Konstabel, K., & Tulviste, P. (2014). Stability and change in value consensus of ethnic Estonians and Russian-speaking minority. *International Journal of Intercultural Relations*, 39, 93-102.
- Tulviste, T., & Tamm, T. (2014). Brief report: Value priorities of early adolescents. *Journal of Adolescence*, 37(5), 525-529.
- Uhls, Y. T., & Greenfield, P. M. (2011). The rise of fame: An historical content analysis. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 5, article 1.
- Uhls, Y. T., & Greenfield, P. M. (2012). The value of fame: Preadolescent perceptions of popular media and their relationship to future aspirations, *Developmental Psychology*, 48(2), 315–326.
- Verkasalo, M., Lönnqvist, J.-E., Lipsanen, J., & Helkama, K. (2009). European norms and equations for a two dimensional presentation of values as measured with Schwartz's 21-item portrait values questionnaire. *European Journal of Social Psychology*, 39, 780-792.

Käesolevaga kinnitan, et olen korrektselt viidanud kõigile oma töös kasutatud teiste autorite poolt loodud kirjalikele töödele, lausetele, mõtetele, ideedele või andmetele.

Olen nõus oma töö avaldamisega Tartu Ülikooli digitaalarhiivis DSpace.

Airi Venno